

Tot i que les vendes dels diaris van incrementar-se una mica durant l'any passat, la situació de la premsa, sobretot al món occidental, no és especialment esperançadora. Prop de dos mil responsables de diaris van reunir-se a Moscou durant quatre dies per discutir en el marc del 59è Congrés Mundial de Diaris sobre les innovacions que necessita el sector per aconseguir arribar al públic més jove.

Discussint el futur de la premsa al mig del Kremlin

Ramon Radó
Fotos: WAN

L'augment de vendes a l'Índia i la Xina va salvar les xifres de vendes de diaris durant l'any 2005, que van experimentar un petit augment malgrat les pèrdues detectades als Estats Units i la Unió Europea. La irrupció dels diaris gratuïts (que han experimentat un creixement enorme, especialment a l'Estat espanyol) i el fet que els nens de la *free generation* s'hagin fet grans ha provocat un estancament de la difusió dels diaris de pagament al món occidental.

El principal objectiu del 59è Congrés Mundial de Diaris i el 13è Fòrum Mundial d'Editors que es van celebrar a Moscou entre el 4 i el 7 de juny va ser buscar alternatives a aquesta situació. Organitzats per l'Associació Internacional de Diaris (WAN, segons les seves sigles en anglès), més de mil set-cents editors, directors i alts executius relacionats amb el món de la premsa de 110 països diferents van participar en aquesta trobada, que va inaugurar-se al palau del Kremlin i va continuar amb conferències i debats a la sala d'exposicions Manege, contigua al palau.

Fundada el 1948, la WAN (World Association of Newspapers) és una organització que inclou 18.000 diaris, 13 agències de notícies i 71 associacions estatals de premsa. Aquesta entitat vol contribuir al desenvolupament de la indústria periodística i defensa la llibertat de premsa arreu del món. Amb aquest

darrer objectiu, des de 1961 atorga cada any la Ploma d'Or a persones o organitzacions que s'hagin distingit per defensar la llibertat de premsa (vegeu-ne informació desglossada).

De la premsa estatal, van participar al Congrés Mundial de Diaris la sotsdirectora d'*El País*, Berna González-Harbour, que va exposar el cas d'*El País Semanal* emmarcat en les edicions de cap de setmana dels diaris; un columnista del mateix diari, Fernando Savater, que va participar en un debat sobre la crisi de credibilitat de la premsa; i, per últim, el director de TP Proyectos a Espanya, Tommaso Prenushi, que va presentar l'edició juvenil del diari *El Mundo*, "Aula".

MÉS CANALS, MÉS PÚBLIC

Coincidint amb el congrés, el director general de la WAN, Timothy Balding, va presentar l'informe anual de l'associació sobre tendències a la premsa mundial, que conté dades sobre els 216 països i territoris on s'editen diaris. Balding va transmetre un missatge optimista remarcant que "el públic lector de premsa, tant impresa com en línia, segueix creixent". El director general de la WAN creu que "els diaris estan estenent el seu abast gràcies a l'explotació de múltiples i nous canals de distribució, des dels diaris gratuïts fins a les edicions en línia. Estan resistint increï-

Moscow 2006



Alí Rahnama, Gavin O'Reilly, Michael Grabner, Karen Crochfelt i Pelle Tornberg durant una de les taules rodones

blement davant l'allau de nombrosos competidors de diferent tipus en l'àmbit dels mitjans informatius”.

I és que les vendes de diaris a nivell mundial varen augmentar lleugerament l'any passat: un 0,56% l'any 2005 i un 6% si es tenen en compte els cinc últims anys. En total, cada dia es venen arreu del món 439 milions d'exemplars de diaris, una xifra mai assolida fins ara. Aquest pas endavant es deu sobretot als nous mercats que hi ha a l'Àsia (on es va produir un augment de l'1,7%), bàsicament la Xina i l'Índia. El continent asiàtic és on la venda de diaris va créixer més durant el 2005. A l'altra cara de la moneda, les vendes van baixar tant a Europa (un 0,24%) com als Estats Units (un 2,5%).

L'informe presentat a Moscou també va confirmar el bon moment en què es

troba Internet. El públic de la Xarxa ha crescut un 200% els cinc últims anys i prop d'un 9% l'últim any. Internet també ha estat un marc propici per al periodisme, ja que durant l'any passat la quantitat de pàgines web periodístiques va augmentar un 20%. Finalment, també els ingressos publicitaris

Les vendes de diaris al món varen augmentar lleugerament (0,56%) al 2005 gràcies als mercats de l'Índia i la Xina

van pujar un 25%, el percentatge més elevat dels darrers cinc anys. En menor mesura, els ingressos gràcies a la publicitat també van créixer a la premsa en paper de pagament: un 5,7% respecte al 2004 i un 11,7% si es comparen amb les xifres de fa cinc anys.

MALS RESULTATS A LA UE

L'estancament en què es troba la difusió de la premsa escrita als països occidentals va ser un dels punts de debat durant el congrés. A la Unió Europea, els diaris de pagament van registrar una baixada del 0,61% de les seves vendes durant l'últim any.

Aquest descens assoleix el 5,26% si es miren les xifres dels darrers cinc anys: s'ha passat de superar els 86 milions d'exemplars diaris venuts

a, aproximadament, 81,5 milions. Dels 25 països de la UE només set van incrementar les difusions dels diaris de pagament. L'estat on aquest creixement va ser més espectacular és Eslovènia, on la premsa ha augmentat les vendes prop d'un 20%, seguit de

WORLD EDITORS FORUM



Gavin O'Reilly, president de la WAN, va assegurar que la premsa russa està amenaçada per "la venda de diaris a grups financers lleials al govern".

Polònia, amb un creixement del 9,8%. Irlanda i la República Txeca són els dos altres països en què la difusió dels diaris va créixer més d'un 2% l'any 2005. Entre els països on els diaris van experimentar baixades de difusió, són majoria els socis més veterans de la UE: un 3,7% menys als Països Baixos, un 2,5% a Alemanya, un 1,6% a França i un 0,94% a Espanya. Si es tenen en compte les dades entre 2001 i 2005, les vendes han baixat a Espanya un 1,73%.

Unes xifres semblants a les de l'Europa occidental són les que es van donar als Estats Units, on les vendes de diaris van baixar un 2,35% l'any passat. Amb aquest descens, la caiguda

de la difusió supera el 4% en els cinc últims anys. De moment, la caiguda afecta molt especialment la premsa vespertina, que ha baixat un 17,5% les seves vendes en l'últim lustre, mentre que els diaris que apareixen els matins

Els belgues són els que dediquen més temps a la lectura de premsa (54 minuts diaris) i Espanya és a la cua (17)

només ho han fet un 1,4%. Zones com el Japó, Austràlia o Singapur també van sofrir petits descensos en les vendes de diaris durant l'any passat. Molt diferents són les dades referents a la Xina i l'Índia, on les vendes de

diaris no paren de créixer. Durant el 2005 van augmentar un 8,9% en el cas xinès i un 7% a l'Índia, que signifiquen uns creixements del 18% i el 33% respectivament en els darrers cinc anys. Pel que fa referència a dades més o menys curioses, Japó (634) va superar Noruega (626) en vendes de diaris per cada 1.000 habitants, un rànquing que tanquen Moçambic, Uganda i Armènia. En temps dedicat a la lectura de premsa, els belgues són els primers amb 54 minuts diaris, mentre que Espanya és a la cua de la classificació amb únicament 17 minuts diaris.

LA PREMSA GRATUÏTA

L'impacte dels diaris gratuïts va ser un dels aspectes que més es van discutir en el congrés. Si es tenen en compte els diaris gratuïts, la difusió de diaris a Europa durant el 2005, no tan sols no va baixar, sinó que va augmentar un 1,34%. A Europa, que és on la premsa de pagament pateix una crisi més forta (l'any passat el nombre de diaris de

El director executiu de Metro Internacional creu que els diaris de pagament acabaran sortint només els caps de setmana

pagament va baixar un 1,2%), és on hi ha més diaris gratuïts (un total de 99 capçaleres, que editen 18,6 milions d'exemplars) i representen un percentatge més elevat de la difusió global de la premsa diària. A nivell mundial, la premsa gratuïta suposa el 6% d'aquesta difusió general, un percentatge que arriba al 17% al continent europeu. El cas d'Espanya, per exemple, és espectacular: la difusió de la premsa gratuïta va augmentar un 98,6% l'any passat i el percentatge arriba al 256,2% si es comparen les dades de 2005 amb les de l'any 2001. Segons Pelle Tornberg, director executiu de Metro Internacional, els diaris gratuïts reemplaçaran a llarg termini als diaris de pagament els dies de cada

Fins a set sessions varen debatre com "pescar" lectors de la *free generation* acostumada a tenir la informació gratuïta

dia. Tornberg, però, va defensar en un dels simposis del congrés que el 95% dels diaris de pagament sobreviuran com a diaris de caps de setmana, "amb una difusió més reduïda i preus de venda més elevats, la qual cosa els convertirà en productes més exclusius". La WAN ha estat registrant

l'apogeu dels nous diaris gratuïts a tot el món, que ja arriben a les 180 capçaleres amb una distribució total de 26 milions d'exemplars.

Mathias Döpfner, director general i president d'Axel Springer, la principal companyia editora d'Alemanya, va oferir una opinió diferent a la de Tornberg. Per a Döpfner, la principal amenaça dels mitjans tradicionals és l'envelliment de la societat i la pèrdua de lectors joves enfront dels mitjans digitals. Però no creu que els diaris gratuïts siguin la resposta adequada. El màxim responsable d'Axel Springer va defensar que per contrarestar la "suposada crisi de la premsa" els diaris de pagament tenen dues opcions: una "estreta correlació entre els productes impresos i en línia" i "uns bon llançaments de diaris a l'estil antic", com el *Welt Kompakt* editat per Axel Springer a Alemanya o el Fakt polonès.

FREE GENERATION

Döpfner no va ser l'únic a referir-se a aquesta crisi de la premsa als països occidentals. En molts països, la mitjana d'edat dels lectors de diaris ja sobrepassa els 50 anys, ja que les noves generacions no prenen el lloc dels més grans. Fins a set sessions del congrés van dedicar-se a debatre com els diaris poden "pescar" lectors joves, de l'anomenada *free generation*, una generació que està acostumada des de jove a accedir a la informació de forma totalment gratuïta: ja sigui gràcies als diaris gratuïts cada cop més freqüents o, sobretot, per Internet. Entre les noves estratègies que poden permetre els diaris connectar amb els lectors hi ha el desenvolupament del periodisme ciutadà, l'oferta de serveis

Rússia marca el debat

El fet que el congrés se celebrés a Moscou va fer que la situació russa fos molt present durant els quatre dies que van durar les sessions. En la inauguració, tres joves del Partit Nacional Bolxevic van interrompre el parlament del president de la WAN, Gavin O'Reilly, llançant fulletons i cridant "Putin, botxí de la premsa", "Putin, botxí de Rússia" en presència del mandatari rus. Els tres joves van acusar el president rus de falsificar eleccions i provocar la mort d'ostatges en els segrestos de Beslan i Ossètia del Nord.

En el seu discurs, Gavin O'Reilly va denunciar que la premsa russa estigui amenaçada per "la venda de diaris a grups financers lleials al govern". Putin va defensar-se al·legant que a Rússia s'hi editen 53.000 publicacions, que durant el 2005 es van registrar 147 diaris nous i va recórrer al passat per exemplificar la salut democràtica a Rússia: "estem asseguts al palau on abans se celebraven les reunions dels comunistes i ara hi escoltem amonestacions crítiques cap a nosaltres".

Paradoxalment, qui va coincidir amb Putin va ser l'expresident de l'URSS Mikhail Gorbtxov. En la seva intervenció, el pare de la *perestroika*, va dir que comparar la situació actual amb la de la 20 anys era "com comparar el cel i la terra". Gorbtxov també va apostar per la creació d'una emissora pública no controlada per l'estat i va anunciar que ha adquirit el 10% del bisetmanal opositor *Nóvaya Gazeta*.



Akbar Ganji a l'hora de recollir la Ploma d'Or. Foto: Karl Malik

Un periodista iranià empresonat, Ploma d'Or

Akbar Ganji, un periodista que ha denunciat la repressió política a l'Iran, va ser el distingit amb la Ploma d'Or de la Llibertat 2006. Amb aquest guardó, la WAN premia anualment una persona o un grup que ha destacat per les seves accions en defensa i promoció de la llibertat de premsa. Ganji és l'autor del llibre *Masmorra de fantasmes*, en què narra la implicació de l'expresident iranià Akbar Hashemi Rafsanjani i altres líders conservadors en els assassinats de cinc intel·lectuals l'any 1998. Malgrat les pressions que ha rebut, Ganji no s'ha retractat de les seves crítiques a l'estat i, en una carta va escriure "si aprendre la lliçó significa desmentir opinions prèvies, Ganji no aprendrà mai la lliçó". El periodista va ser arrestat l'abril de l'any 2000 després d'haver participat en una conferència a Berlín on es va debatre la reforma política i social a l'Iran. Va ser condemnat a sis anys de presó per "ultratge a edictes i figures religioses, amenaça a la seguretat nacional i difusió de propaganda contra el sistema islàmic". A la presó, Ganji ha denunciat haver rebut tortures i ha fet dues vagues de fam, durant les quals ha perdut quasi 25 quilos. Abans del congrés de Moscou, la WAN va demanar al president iranià, Mahmud Ahmadinejad, que alliberés Akbar Ganji per tal que pogués ser present a la capital russa i recollís el premi. Segons la WAN, tot i que Ganji lluita per la llibertat d'expressió a l'Iran, "el món sencer està pendent del seu combat".

de banda ampla, la creació d'edicions i suplementos de cap de setmana i la protecció de la credibilitat periodística, entre altres. El periodisme ciutadà, per exemple, integra els blocs i els lectors en general en el procés noticiós, contribuint a relacionar-se amb aquesta generació menys procliu a llegir els diaris.

Es va explicar el cas de Bluffon (Carolina del Sud) on s'ha consolidat un diari gratuït amb aportacions dels lectors

Un dels exemples més clars del periodisme ciutadà que va tractar-se al congrés va ser el del poble de Bluffton, a Carolina del Sud, de poc més de 15.000 habitants. Allà s'hi ha consolidat un nou model de diaris gràcies al *Bluffton Today*, un tabloide publicat per la Morris Communications Corporation. Es tracta d'un diari gratuït amb una pàgina web on es

convida els lectors a entrar-hi per comentar les notícies, iniciar els seus propis diaris personals interactius, transferir imatges i, fins i tot, proposar receptes de cuina. El diari utilitza l'alta tecnologia per establir un diàleg entre els habitants de Bluffton i, d'aquesta manera, bona part dels continguts del diari es basen en aportacions dels lectors. Steve Yelvington, vicepresident de continguts de Morris, va exposar els trets principals d'aquest nou format de diari. Yelvington va afirmar que *BlufftonToday.com* suposa "una inversió completa del model típic del diari en línia", ja que, fins fa poc, els diaris a Internet "han estat publicant al web les notícies d'ahir, la qual cosa suposa un carreró sense sortida". Segons l'executiu de Morris, *Bluffton Today* gira la truita perquè converteix la participació dels lectors en el nucli de la seva activitat. **E**